

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT  
PEGAWAI NEGERI SIPIL DALAM MEMILIH PRODUK PEMBIAYAAN  
PEGAWAI NEGERI SIPIL DI KABUPATEN LAMPUNG BARAT**

(Studi Kasus BPRS Lampung Barat)

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam

**Oleh**

**Imelda Onestia  
NPM. 1551020041**

**Jurusan: Perbankan Syariah**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1441 H / 2019 M**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT  
PEGAWAI NEGERI SIPIL DALAM MEMILIH PRODUK PEMBIAYAAN  
PEGAWAI NEGERI SIPIL DI KABUPATEN LAMPUNG BARAT**

(Studi Kasus BPRS Lampung Barat)

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam



**Pembimbing I : H. Supaijo, S.H., M.H.**  
**Pembimbing II : M. Kurniawan, S.E., M.E.Sy.**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1441 H / 2019 M**

## ABSTRAK

Pengetahuan dan sikap masyarakat terhadap bank syariah menjadi salah satu jalan dalam mendorong kemajuan bank syariah serta sebagai bahan pertimbangan bagi perbankan syariah dalam mengambil kebijakan untuk menarik minat nasabah. Bank Syariah sebagai lembaga keuangan yang menyediakan jasa pembiayaan mampu memberikan inovasi penawaran pada produk dan jasa, salah satunya adalah produk pembiayaan yang dikhususkan untuk PNS. Dimana produk ini dapat mendukung kesejahteraan PNS akan kebutuhan finansialnya. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat PNS yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, dan religiusitas. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan religiusitas terhadap minat PNS serta faktor manakah yang paling dominan mempengaruhi minat PNS dalam memilih produk pembiayaan PNS di BPRS Lampung Barat.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan metode kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primen dan sekunder. Data yang digunakan dalam penelitian ini melalui penyebaran kuesioner kepada 42 nasabah Pembiayaan PNS pada BPRS Lampung Barat. Teknik pengolahan dan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji instrument penelitian, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis.

Hasil penelitian ini secara parsial menunjukkan bahwa faktor kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan. Sedangkan faktor religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat nasabah. Perolehan faktor kualitas produk ( $X_1$ ) menunjukkan  $T_{hitung} 4,566 >$  dari  $T_{tabel} 2,024$  dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Faktor kualitas pelayanan ( $X_2$ )  $T_{hitung}$  sebesar  $7,100 >$  dari  $T_{tabel} 2,024$  dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Dan variabel faktor Religiusitas ( $X_3$ )  $T_{hitung}$  sebesar  $1,339 <$  dari  $T_{tabel} 2,024$  dengan nilai signifikan  $0,188 > 0,05$ . Berdasarkan hasil uji F diperoleh  $F_{hitung} (257,715) >$   $F_{tabel} (2,85)$  sehingga ketiga variabel independen yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, dan religiusitas bersama-sama berpengaruh terhadap minat PNS dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ . Dari hasil penelitian yang paling dominan pengaruhnya terhadap minat PNS faktor kualitas produk dengan persentase jawaban responden sebesar 81%. Sehingga, ketika BPRS Lampung Barat akan meningkatkan minat nasabah pembiayaan PNS maka ketiga variabel baik kualitas produk, kualitas pelayanan, dan religiusitas harus sama-sama diperhatikan. Karena ketiga variabel tersebut mempunyai pengaruh terhadap minat nasabah dalam mengambil produk pembiayaan PNS.

**Kata Kunci :** Faktor Kualitas Produk, Faktor Kualitas Pelayanan, Faktor Religiusitas, dan Minat Nasabah PNS.





**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

*Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarampe, Bandar Lampung (0721)703260*

**PERSETUJUAN**

**Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pegawai Negeri Sipil Dalam Memilih Produk Pembiayaan Pegawai Negeri Sipil Di Kabupaten Lampung Barat (Studi Kasus Bprs Lampung Barat)**

**Nama Mahasiswa: Imelda Onestia**

**NPM : 1551020041**

**Program Studi : Perbankan Syariah**

**Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam**

**MENYETUJUI**

**Untuk di Munaqosyahkan dan dipertahankan dalam sidang Munaqosyah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.**

**Pembimbing I**

**H. Supaijo, S.H., M.H.**

**NIP.19650312 199403 1 002**

**Pembimbing II**

**M. Kurniawan, M.E.Sy.**

**NIP.19860517 201503 1 005**

**Ketua Jurusan**

**Erike Anggraeni, M.E.Sy.**

**NIP.19820808 201101 2 009**





**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung (0721)703260**

**PENGESAHAN**

**Skripsi dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat  
Pegawai Negeri Sipil Dalam Memilih Produk Pembiayaan Pegawai Negeri  
Sipil Di Kabupaten Lampung Barat” (Studi Kasus BPRS Lampung Barat)**

**disusun oleh Imelda Onestia NPM : 1551020041 Jurusan Perbankan Syariah,  
telah diujikan dalam sidang munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN  
Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal: Senin, 23 Desember 2019**

**Tim Penguji**

**Ketua Sidang : Dr. Rubhan Masykur, M.Pd.**

**Sekretaris : Gustika Nurmalia, M. Ek.**

**Penguji 1 : H. Syamsul Hilal, M. Ag.**

**Penguji 2 : H. Supaijo, S.H., M.H.**

**Mengetahui**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**



**Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I  
NIP. 19800801 200312 1 001**



## MOTTO

مَنْ ذَا الَّذِي يُقْرِضُ اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا فَيُضْعِفُهُ لَهُ أضعافًا كثيرة ۖ وَاللَّهُ  
يَقْبِضُ وَيَبْصُطُ وَإِلَيْهِ تُرْجَعُونَ ﴿٢٤٥﴾

Artinya: “Siapakah yang mau memberi pinjaman kepada Allah, pinjaman yang baik (menafkahkan hartanya di jalan Allah), Maka Allah akan meperlipat gandakan pembayaran kepadanya dengan lipat ganda yang banyak. dan Allah menyempitkan dan melapangkan (rezki) dan kepada-Nya-lah kamu dikembalikan.” (QS. Al-Baqarah : 245)



## **PERSEMBAHAN**

Dengan mengucap rasa syukur kepada Allah SWT. Kupersembahkan skripsi ini sebagai tanda bukti cinta kasihku kepada kedua orang tuaku Ayahanda Gustim dan Ibunda Jumiaty. Apa yang saya dapatkan saat ini, belum mampu membayar semua kebaikan, keringat, dan juga air mata bagi kalian. Terima kasih atas segala dukungan, baik dalam bentuk materi maupun moril. Karya ini saya persembahkan untuk kalian, sebagai wujud rasa terima kasih atas pengorbanan dan jerih payah kalian sehingga saya dapat menggapai cita-cita. Semoga Allah senantiasa melimpahkan kasih sayang-Nya kepada Ayah dan Ibu.



## **RIWAYAT HIDUP**

Imelda Onestia, dilahirkan di Desa Sukabumi, Kecamatan Batu Brak, Kabupaten Lampung Barat pada tanggal 18 Mei 1997, merupakan anak pertama dari pasangan Bapak Gustim dan Ibu Jumiati. Demikian riwayat pendidikan penulis adalah sebagai berikut :

1. TK Pembina Way Mengaku Lampung Barat pada tahun 2003.
2. SD Negeri 1 Way Mengaku Lampung Barat dan telah tamat pada tahun 2009.
3. SMP Negeri 1 Liwa Lampung Barat dan telah tamat pada tahun 2012.
4. SMA Negeri 1 Liwa Lampung Barat dan telah tamat pada tahun 2015.

Kemudian pada tahun 2015 penulis diterima sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (UIN) Raden Intan Lampung Program Strata 1 (SI) Jurusan Perbankan Syariah.





## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan karunia-Nya berupa ilmu pengetahuan, kesehatan, dan petunjuk, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PEGAWAI NEGERI SIPIL DALAM MEMILIH PRODUK PEMBIAYAAN PEGAWAI NEGERI SIPIL DI KABUPATEN LAMPUNG BARAT (Studi Kasus BPRS Lampung Barat).”

Skripsi ini disusun guna untuk memenuhi dan melengkapi salah satu syarat guna menyelesaikan program pendidikan Strata Satu (S1) di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung dalam bidang Perbankan Syariah. Dalam upaya penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, atas bantuan semua pihak dalam proses penyelesaian skripsi ini, tak lupa di haturkan terimakasih dan penulis merasa perlu menyampaikan ucapan terima kasih secara khusus dan memberikan penghargaan setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
2. Dr. Erike Anggraini, M.E.Sy selaku ketua jurusan Perbankan Syariah yang senantiasa sabar dalam memberikan arahan serta motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Supaijo, S.H., M.H. selaku pembimbing akademik I yang telah mengarahkan penulis sehingga penulisan skripsi ini selesai, semoga ilmu

dan pengetahuan yang disampaikan mendapatkan barokah dari Allah SWT.

4. Muhammad Kurniawan, S.E., M.E. selaku pembimbing akademik II yang telah mengarahkan penulis sehingga penulisan skripsi ini selesai, semoga ilmu dan pengetahuan yang disampaikan mendapatkan barokah dari Allah SWT.
5. Segenap Dosen Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama di bangku perkuliahan.
6. Bapak/Ibu Civitas Akademik Fakultas Perbankan Syariah UIN Raden Intan Lampung.
7. Almamater tercinta UIN Raden Intan Lampung sebagai tempat penulis untuk belajar dan berproses menjadi lebih baik. Khususnya kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Perbankan Syariah tempat penulis menuntut ilmu
8. Seluruh Staf Pegawai Perpustakaan yang telah memberikan pinjaman buku kepada penulis.
9. Pimpinan cabang, Manajer, dan para karyawan di PT. BPRS Lampung Barat yang telah meluangkan waktunya dan ketersediaanya dalam penelitian skripsi ini.
10. Adik-adikku tersayang, Vicky Satria Utama dan Rizky Jayanti Ramadhona, terimakasih selalu menjadi penyemangatu dan selalu mendoakanku tiada henti.



11. Untuk Sahabat-sahabatku Siti Farizka Dwi Ananda, Fadilla Aprillia, Nita Sari, Nurul Fadlilah, Rahmayanti, Anissa Filosofia, Mohammad Bayu Anngara, Achmad Dairobby, Rahmat Muzidra, Alifia Putri Kurnia, Andri Agustyawan, dan Rio Saputra terimakasih atas bantuan dan semangatnya dalam skripsi ini.

12. Untuk Sahabat-sahabat SMA, geng GAS terimakasih selalu memberi motivasi yang positif disetiap hari-hariku, semoga Allah selalu meridhoi langkah kita semua.

13. Sahabat seperjuangan Perbankan Syariah 2015 khususnya Perbankan kelas F, yang selalu bersama dalam proses belajar, berjuang bersama menghadapi proses perkuliahan, UTS dan UAS hingga proses penulisan skripsi ini.

Dan semua pihak yang telah membantu dalam penulisan yang tidak dapat disebutkan satu persatu, semoga kita selalu terikat dalam ukhkuwah islamiyah. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna, akan tetapi diharapkan dapat memberikan manfaat keilmuan yang berarti dalam bidang Ekonomi Islam.

Bandar Lampung, 23 Desember 2019  
Penulis,

**Imelda Onestia**  
**1551020041**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Penegasan Judul.....	1
B. Alasan Memilih Judul .....	3
C. Latar Belakang .....	4
D. Batasan Masalah .....	10
E. Rumusan Masalah .....	11
F. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	11
<b>BAB II : LANDASAN TEORI .....</b>	<b>13</b>
A. Pemasaran Bank.....	13
1. Pengertian Pemasaran Bank.....	13
2. Tujuan Pemasaran Bank .....	13
3. Konsep Pemasaran Bank .....	14
B. Minat .....	15
1. Pengertian Minat .....	15
2. Macam-macam Minat .....	17
3. Indikator Minat .....	18
B. Produk .....	18
1. Pengertian Produk.....	18
2. Pengertian Kualitas Produk .....	19
3. Indikator Kualitas Produk .....	21



4. Kualitas Produk dalam Perspektif Islam.....	24
C. Pelayanan .....	27
1. Pengertian Pelayanan.....	27
2. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	28
3. Indikator Kualitas Pelayanan .....	29
4. Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam.....	32
D. Religiusitas .....	36
1. Pengertian Religiusitas .....	36
2. Indikator Religiusitas .....	38
E. Bank Syariah .....	40
1. Pengertian Bank Syariah.....	40
2. Kegiatan Usaha Bank Syariah .....	41
3. Karakteristik Bank Syariah .....	43
F. Pembiayaan .....	43
1. Pengertian Pembiayaan.....	43
2. Dasar Hukum Pembiayaan.....	44
3. Jenis-jenis Pembiayaan .....	45
4. Pembiayaan Pegawai Negeri Sipil .....	46
G. Kerangka Pemikiran .....	48
H. Tinjauan Pustaka.....	49
I. Hipotesis.....	53
<b>BAB III : METODE PENELITIAN.....</b>	<b>56</b>
A. Jenis dan Sifat Penelitian.....	56
B. Sumber Data.....	54
C. Populasi dan Sampel .....	57
D. Definisi Operasional Variabel .....	59
E. Teknik Pengumpulan Data.....	60
F. Teknik Analisis Data .....	61
<b>BAB IV : LAPORAN HASIL DAN ANALISIS DATA.....</b>	<b>67</b>
A. Gambaran Umum BPRS Lampung Barat.....	67
1. Sejarah Singkat BPRS Lampung Barat .....	67
2. Visi, Misi, dan Motto BPRS Lampung Barat .....	68
3. Profil BPRS Lampung Barat.....	69
4. Produk-produk BPRS Lampung Barat .....	69
B. Gambaran Umum Responden .....	71
C. Gambaran Distribusi Jawaban Responden Pembiayaan PNS.....	74
D. Uji Instrumen Penelitian .....	78
1. Uji Validitas.....	78
2. Uji Relibilitas .....	80
E. Uji Asumsi Klasik .....	81
1. Uji Normalitas.....	81
2. Uji Multikolonieritas.....	82
3. Uji Heteroskedastisitas .....	83
4. Uji Autokorelasi.....	85

F. Uji Hipotesis.....	86
1. Uji Regresi Linier Berganda .....	86
2. Uji t .....	89
3. Uji F .....	91
4. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	92
G. Pembahasan Analisis Data.....	93
<b>BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>105</b>
A. Kesimpulan .....	105
B. Saran .....	107

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN





## DAFTAR TABEL

Tabel 1	Data Jumlah Nasabah PNS.....	7
Tabel 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	71
Tabel 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pembiayaan Pegawai yang Digunakan .....	72
Tabel 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan .....	73
Tabel 4	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel X1 .....	74
Tabel 5	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel X2 .....	75
Tabel 6	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel X3 .....	76
Tabel 7	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Y .....	77
Tabel 8	Hasil Uji Validitas .....	79
Tabel 9	Hasil Uji Reliabilitas .....	80
Tabel 10	Hasil Uji Normalitas.....	81
Tabel 11	Hasil Uji Multikolonieritas.....	83
Tabel 12	Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Spearman.....	84
Tabel 13	Hasil Uji Run Test.....	86
Tabel 14	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	87
Tabel 15	Hasil Uji t (Parsial).....	89
Tabel 16	Hasil Uji F (Simultan) .....	91
Tabel 17	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	92

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Skema Kerangka Pikir.....	49
----------	---------------------------	----



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Blangko Konsultasi
Lampiran 2	Surat Permohonan Izin Riset
Lampiran 3	Surat Izin Riset dari PT BPRS Lampung Barat
Lampiran 4	Data Jumlah Nasabah Pembiayaan PNS BPRS Lampung Barat
Lampiran 5	Surat Tugas Sidang Munaqosyah
Lampiran 6	Berita Acara Sidang Munaqosyah
Lampiran 7	Surat Keterangan Pembimbing
Lampiran 8	Tabulasi Data Kuesioner
Lampiran 9	Distribusi Jawaban Responden
Lampiran 10	Hasil Analisis Data Menggunakan Program SPSS
Lampiran 11	t Tabel
Lampiran 12	F Tabel
Lampiran 13	Dokumentasi



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Penegasan Judul

Penegasan judul diperlukan dalam upaya memberikan batasan-batasan yang jelas dan pasti, dengan meletakkan masing-masing kata dengan maknanya. Penegasan judul ini diharapkan tidak akan terjadi kekeliruan terhadap pemaknaan judul. Adapun skripsi ini berjudul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PEGAWAI NEGERI SIPIL DALAM MEMILIH PRODUK PEMBIAYAAN PEGAWAI NEGERI SIPIL DI KABUPATEN LAMPUNG BARAT (Studi Kasus BPRS Lampung Barat)”**.

Untuk itu perlu diuraikan pengertian dari istilah-istilah judul tersebut sebagai berikut:

1. Analisis adalah penguraian suatu pokok atas berbagai bagiannya dan penelaahan atas bagian itu sendiri serta hubungan antar bagian untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan.<sup>1</sup>
2. Faktor merupakan hal (keadaan, peristiwa) yg ikut menyebabkan (mempengaruhi) terjadinya sesuatu.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Pustaka Grafika, 2003), h. 43.

<sup>2</sup> Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka ,1990).

3. Pengaruh adalah kekuatan yang ada dan timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan dan perbuatan seseorang.<sup>3</sup>
4. Pegawai Negeri Sipil adalah mereka yang setelah memenuhi syarat-syarat yang ditentukan dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku, diangkat oleh pejabat yang berwenang dan disertai tugas dalam sesuatu jabatan Negeri atau disertai tugas Negara lainnya yang ditetapkan berdasarkan sesuatu peraturan perundang-undangan dan digaji menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku.<sup>4</sup>
5. Pembiayaan adalah fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan *devisit* unit.<sup>5</sup>
6. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.<sup>6</sup>

Berdasarkan uraian di atas dapat diperjelas kembali bahwa yang dimaksud dalam pembahasan judul skripsi ini adalah suatu penelitian ilmiah mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat Pegawai Negeri Sipil dalam memilih produk pembiayaan PNS. Penelitian ini akan diteliti pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Lampung Barat.

---

<sup>3</sup> *Ibid*, h. 102.

<sup>4</sup> UU Nomor 8 Tahun 1974 Tentang Pokok-pokok Kepegawaian

<sup>5</sup> Muhammad Syafi'ie Antonio, *Bank Syariah Dari Teori dan Praktik* (Jakarta : Gema Insani, 2001), h. 160

<sup>6</sup> Veithzal Rivai, *Commercial Bank Management Manajemen Perbankan dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta : PT Rajagrafindo Persada, 2013), h. 511.

## **B. Alasan Memilih Judul**

Adapun dipilihnya judul penelitian ini, yaitu dengan alasan sebagai berikut:

### **1. Alasan Objektif**

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah merupakan salah satu lembaga keuangan yang menyediakan jasa pembiayaan terhadap masyarakat. Banyak masyarakat yang mendapat kemudahan dengan adanya BPRS tersebut, salah satunya adalah Pegawai Negeri Sipil. BPRS Lampung Barat adalah salah satu lembaga yang menyediakan pembiayaan yang dikhususkan untuk Pegawai Negeri Sipil di Lampung Barat. Hingga tahun 2019 per 22 Maret 2019 Pegawai Negeri Sipil yang melakukan pembiayaan mencapai 754 nasabah. Dilihat dari perkembangannya serta informasi yang di dapat, pembiayaan PNS merupakan pembiayaan yang paling diminati oleh masyarakat, dibandingkan dengan pembiayaan lain yang dimiliki bank umum syariah, BPR maupun koperasi. Sehingga penulis tertarik meneliti tentang faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi Pegawai Negeri Sipil dalam mengajukan pembiayaan tersebut.

### **2. Alasan Subjektif**

Pokok bahasan proposal ini sesuai berdasarkan jurusan penulis yakni Perbankan Syariah. Dimana merupakan suatu kajian disiplin keilmuan yang berkaitan dengan manajemen dana di Perbankan Syariah.



Penulis optimis dapat menyelesaikan proposal ini karena didukung oleh data dan berbagai literatur yang dibutuhkan penulis.

### C. Latar Belakang

Eksistensi lembaga keuangan khususnya sektor perbankan menempati posisi sangat strategis dalam menjembatani kebutuhan modal kerja dan investasi di sektor riil dengan pemilik dana. Dengan demikian, fungsi utama sektor perbankan dalam infrastruktur kebijakan makro ekonomi memang diarahkan dalam konteks menjadikan uang efektif untuk meningkatkan nilai tambah ekonomi. Tersedianya sumber dana untuk dunia usaha dan didukung oleh kemudahan investasi mendorong ekspansi usaha khususnya oleh kelompok-kelompok berskala besar. Dampaknya, permintaan kredit terus meningkat khususnya untuk sektor perindustrian, perdagangan, dan jasa-jasa.<sup>7</sup>

Di Indonesia, sebagai negara muslim terbesar di dunia, telah muncul pula kebutuhan akan adanya bank yang melakukan kegiatannya berdasarkan prinsip syariah. Keinginan ini kemudian tertampung dengan dikeluarkannya Undang-undang No. 7 tahun 1992. Sekalipun belum dengan istilah yang tegas, tetapi baru dimunculkan dengan memakai istilah “bagi hasil”. Baru setelah Undang-undang No. 7 tahun 1992 diubah dengan Undang-undang No. 10 tahun 1998, istilah dipakai lebih terang-terangan dengan tegas menyebut istilah “prinsip syariah”.<sup>8</sup>

Sebagai respon atas tingginya kebutuhan layanan perbankan yang berbasis syariah, pada tahun 2008 pemerintah mengeluarkan Undang-Undang

<sup>7</sup> Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta : (UPPP) AMPYKPN, 2005), h. 1.

<sup>8</sup> Sultan Remy Sjahdeini, *Perbankan Islam dan Kedudukannya dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia*, (Jakarta : PT Pustaka Utama Grafiti, 2005), h. 10.

Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah. Hal ini menjadi angin segar yang menstimulus tumbuh dan berkembangnya perbankan syariah di Indonesia. Berdasarkan dari data statistik, saat ini terdapat 14 Bank Umum Syariah (BUS), 20 Unit Usaha Syariah dan 168 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).<sup>9</sup>

Saat ini, lembaga perbankan yang resmi, kredibel dan *profitabel* menawarkan opsi yang lebih bersahabat dalam format BPRS. Meskipun namanya Bank Pembiayaan Rakyat Syariah, fungsi BPRS tidak sebatas pada layanan pembiayaan saja. Tapi juga dapat mengakomodasi kebutuhan masyarakat akan investasi syariah baik untuk jangka pendek, jangka menengah, maupun jangka panjang.

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah Lembaga keuangan yang bergerak dalam sektor jasa keuangan syariah yaitu pengelolaan dana-dana simpanan dan investasi nasabah serta penyaluran pembiayaan berdasarkan pola prinsip-prinsip syariah Islam.<sup>10</sup> Sama halnya dengan bank pada umumnya, BPRS juga menawarkan produk investasi dapat dijadikan opsi untuk layanan yang aman, nyaman dan menguntungkan. Di antaranya berupa produk tabungan dan deposito yang pastinya menggunakan dasar prinsip dan akad sesuai syariah.

BPRS merupakan bank alternatif yang diperuntukkan untuk menjalankan usaha dan yang menginginkan perbankan benar-benar syariah (menjalankan prinsip-prinsip syariah). Kehadiran Bank Pembiayaan Rakyat

<sup>9</sup> <https://ojk.go.id>, diakses Tanggal 17 Januari 2019, Pukul 22.59 WIB.

<sup>10</sup> <https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/Pages/Bank-Perkreditan-Rakyat.aspx>, diakses pada tanggal 17 Januari 2019, Pukul 13.39 WIB.

Syariah (BPRS) di Indonesia semakin menambah daftar nama perbankan syariah, karena Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dalam sistem perbankan di Indonesia merupakan sebuah lembaga keuangan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat atas transaksi pembiayaan yang tidak berbasis riba.<sup>11</sup>

Dalam rangka meningkatkan kinerja operasionalnya, perbankan syariah berusaha untuk melayani kebutuhan masyarakat secara luas dan menyeluruh. Bank syariah harus memperhatikan perilaku nasabah baik yang melakukan penyimpanan maupun yang melakukan pembiayaan sehingga dapat meningkatkan efektifitas kinerja bank. Secara umum calon nasabah yang membutuhkan pembiayaan akan memilih bank yang dapat memberikan keuntungan dan kemudahan, dimana setiap nasabah akan memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu yang akan digunakan untuk mengambil keputusan baik dalam hal simpanan maupun pinjaman atau pembiayaan.

Masyarakat adalah salah satu elemen terpenting dalam dunia bank, hal ini dikarenakan masyarakatlah yang akan menjadi nasabah bagi bank syariah di mana pun itu. Oleh karena itu, mengetahui pengetahuan dan sikap masyarakat terhadap bank syariah menjadi salah satu jalan dalam mendorong kemajuan bank syariah dan sekaligus sebagai bahan pertimbangan bagi

---

<sup>11</sup> Uus Ahmad Husaeni, Determinan Pembiayaan Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di Indonesia, Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol. 7, 1, (2017), h. 50.



praktisi perbankan syariah dalam mengambil kebijakan untuk mengembangkan perbankan syariah di masa yang akan datang.<sup>12</sup>

Aparatur sipil negara merupakan tulang punggung pemerintahan dalam menyelenggarakan pemerintahan dan pembangunan untuk mencapai tujuan nasional seperti yang telah diamanatkan dalam pembukaan UUD 1945, yaitu melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia dan untuk memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa dan ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi dan keadilan sosial.<sup>13</sup>

Bank Syariah sebagai pelaku bisnis lembaga keuangan yang menyediakan jasa pembiayaan mampu memberikan inovasi penawaran pada produk dan jasa, dengan mengingat bahwa minat nasabah untuk melakukan pembiayaan pada suatu lembaga keuangan adalah mutlak ditangan konsumen masing-masing. Salah satunya adalah BPRS Lampung Barat. BPRS memiliki banyak produk pembiayaan, dan salah satunya adalah produk pembiayaan yang dikhususkan untuk Pegawai Negeri Sipil (PNS).

---

<sup>12</sup> Rasnawati, *Persepsi Aparatur Sipil Negara Terhadap Penggunaan Jasa Bank Syariah (Studi Pegawai di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan)*, (UIN Alaudin Makasar, 2017), h. 6.

<sup>13</sup> Djoko Prakoso, *Tindak Pidana Pegawai Negeri Sipil di Indonesia* (Jakarta: Sinar Grafika, 1996), h. 2.

**Tabel 1**  
**Data Jumlah Nasabah PNS**  
**Tahun 2015-Periode 22 Maret 2019**

No.	Tahun	Jumlah Nasabah PNS
1	2015	71
2	2016	398
3	2017	632
4	2018	711
5	Periode 22 Maret 2019	754

*Sumber :Bagian Operasional, PT. BPRS Lampung Barat*

Berdasarkan tabel 1 di atas terlihat bahwa pembiayaan PNS sangat diminati, yaitu mencapai 754 nasabah yang mengambil produk tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa permintaan nasabah akan kebutuhan konsumtif juga meningkat. Berdasarkan minat masyarakat terhadap pembiayaan itulah peneliti juga ingin melihat apakah peningkatan minat masyarakat tersebut akan berdampak terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan PNS di BPRS Lampung Barat.

Sebagai bank yang baru didirikan tahun 2015 lalu, BPRS menyediakan beberapa inovasi pada produk-produknya. Sehingga dapat menarik nasabah untuk mengambil produk di bank tersebut. Produk pembiayaan PNS ini memiliki keunggulan, yaitu pada jaminannya bank ini memperbolehkan nasabah PNS menggunakan SK Berkala sebagai jaminan, dimana tidak terdapat pada produk pembiayaan PNS pada bank lain di Lampung Barat. Hal ini dilakukan bank agar nasabah PNS yang sudah pernah

meminjam dengan produk yang sama di bank lain dapat memiliki alternatif lain saat membutuhkan pembiayaan.<sup>14</sup>

Pembiayaan PNS disini menggunakan akad murabahah. Murabahah sebagai salah satu bentuk transaksi jual beli dalam Islam, landasan alquran adalah surah al-Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya : “Orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.”

Pembiayaan prinsip jual beli (*murabahah*) pada dasarnya sama dengan kredit pembiayaan sistem bunga yang dioperasikan oleh bank konvensional. Namun begitu, antara pembiayaan sistem kredit dengan pembiayaan *murabahah* terletak perbedaan yang sangat esensial. Perbedaan itu terlihat pada sistem bunga dan prinsip keuntungan jual beli yang sudah

<sup>14</sup> Lia Anggraini, *Customer Service BPRS Lampung Barat*, Wawancara dengan Penulis tanggal 7 Mei 2019.



disepakati bersama untuk pembiayaan *murabahah*. Menurut hukum Islam, bank syariah dalam operasionalnya tetap diperbolehkan mengambil keuntungan atau *ujrah* (ongkos) dalam segala bentuk pembiayaan atau jasa akan tetapi dalam mengambil *ujrah* bank syariah tidak diperkenankan menggunakan sistem bunga, maka ditetapkanlah prinsip bagi hasil yang menyeluruh pada semua produk pembiayaan bank syariah sebagai pengganti dari sistem bunga.<sup>15</sup>

Berdasarkan hal inilah peneliti tertarik untuk meneliti “**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PEGAWAI NEGERI SIPIL DALAM MEMILIH PRODUK PEMBIAYAAN PEGAWAI NEGERI SIPIL DI KABUPATEN LAMPUNG BARAT (Studi Kasus BPRS Lampung Barat)**”.

#### **D. Batasan Masalah**

Untuk memperjelas ruang lingkup masalah yang akan dibahas dan agar penelitian dapat dilaksanakan secara fokus maka terdapat batasan masalah dalam penelitian ini, yaitu penelitian ini dilakukan berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi minat Pegawai Negeri Sipil dalam memilih produk pembiayaan PNS yang penulis lakukan penelitian di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Lampung Barat.

---

<sup>15</sup> Mirawati, Pembiayaan Murabahah: Analisis Persepsi Nasabah, Fakultas Ekonomi UMSB, *Menara Ekonomi*: ISSN : 2407-8565 Volume III No. 5 - April 2017, h. 140.

### **E. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan religiusitas terhadap minat PNS dalam memilih produk pembiayaan PNS di BPRS Lampung Barat?
2. Faktor manakah yang paling dominan mempengaruhi minat PNS dalam memilih produk pembiayaan PNS di BPRS Lampung Barat?

### **F. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan beberapa tujuan yaitu :

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan religiusitas terhadap minat PNS dalam memilih produk pembiayaan PNS di BPRS Lampung Barat.
- b. Untuk mengetahui faktor yang paling dominan mempengaruhi minat PNS dalam memilih produk pembiayaan PNS di BPRS Lampung Barat

#### **2. Manfaat Penelitian**

- a. Manfaat Praktis:

- 1) Sebagai tambahan pengetahuan bagi masyarakat mengenai produk yang ada pada perbankan syariah.

- 2) Menjadi referensi untuk mengembangkan produk yang ada di perbankan syariah sehingga dapat meningkatkan nilai tambah bagi perbankan itu sendiri.

b. Manfaat Teoritis:

- 1) Diharapkan dapat berguna untuk membangun, memperkuat dan menyempurnakan teori yang sudah ada.
- 2) Diharapkan mampu untuk memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan mengenai ekonomi syariah pada umumnya dan produk yang berhubungan dengan pembiayaan PNS di BPRS khususnya.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Pemasaran Bank**

##### **1. Pengertian Pemasaran Bank**

Pemasaran merupakan salah satu hal yang dilakukan setiap usaha untuk mempertahankan usahanya. Pemasaran merupakan usaha untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan para konsumen dengan produk yang dimiliki sebuah usaha.

Pemasaran bank adalah suatu proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk atau jasa bank yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberikan kepuasan. Bank sebagai lembaga keuangan yang menghasilkan jasa keuangan juga membutuhkan strategi pemasaran untuk memasarkan produknya. Dampak dari perubahan teknologi juga berdampak positif terhadap perkembangan dunia perbankan. Produk yang ditawarkan kepada nasabahnya menjadi lebih cepat dan efisien.

##### **2. Tujuan Pemasaran Bank**

- a. Memaksimumkan konsumsi yaitu memudahkan dan merangsang konsumsi, sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan bank secara berulang-ulang.



- b. Memaksimumkan kepuasan pelanggan melalui berbagi pelayanan yang dibutuhkan nasabah.
  - c. Memaksimumkan pillihan (ragam produk) artinya bank menyediakan berbagai jenis produk bank seHINGA nasabah memiliki beragam pilihan pula.
  - d. Memaksimumkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan terhadap nasabah serta menciptakan iklim yang efisien.<sup>16</sup>
3. Konsep-konsep Pemasaran Bank

Berikut merupakan konsep-konsep pemasaran bank:

- a. Konsep produksi

Konsep ini menyatakan bahwa konsumen menyukai produk yang tersedia serta selaras dengan kemampuan.

- b. Konsep produk

Konsep ini menimbulkan adanya *marketing nyopia* (pemandangan yang dangkal terhadap pemasaran), secara umum konsep produk menekankan terhadap kualitas, penampilan, serta ciri-ciri yang terbaik.

- c. Konsep penjualan

Perusahaan harus menjalankan usaha-usaha promosi serta penjualan untuk mempengaruhi konsumen. Konsep penjualan biasanya

---

<sup>16</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: PRENADA MEDIA, 2005), h. 66-67

diterapkan terhadap produk-produk asuransi atau *ensiklopedia* juga sebagai lembaga nirlaba seperti parpol.<sup>17</sup>

d. Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran menyatakan bahwa kunci agar mencapai sasaran organisasi tergantung pada penentuan kebutuhan serta keinginan pasar sasaran.

e. Konsep pemasaran kemasyarakatan

Konsep ini menekankan kepada penentuan kebutuhan, keinginan, serta minat pasar dan juga memberikan kesejahteraan konsumen dan masyarakat.

## B. Minat

### 1. Pengertian Minat

Pengertian Minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah memiliki arti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan. Jadi harus ada sesuatu yang ditimbulkan, baik dari dalam dirinya maupun dari luar untuk menyukai sesuatu.<sup>18</sup>

Pengertian minat menurut Kanuk yaitu, “Pengaruh eksternal, kesadaran akan kebutuhan, pengenalan produk dan evaluasi alternatif adalah hal yang dapat menimbulkan minat beli konsumen. Pengaruh eksternal ini terdiri dari usaha pemasaran dan faktor sosial budaya.”<sup>19</sup>

<sup>17</sup> *Ibid*, h. 70

<sup>18</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia

<sup>19</sup> Leon Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen*, Edisi ketujuh, (PT Indeks, Jakarta, 2008), h. 25.

Minat merupakan keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Minat adalah rasa suka atau senang dan rasa tertarik pada suatu objek atau aktivitas tanpa adayang menyuruh atau biasanya ada kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi tersebut. Minat lebih dikenal sebagai keputusan pemakaian atau pembelian jasa/produk tertentu. Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan atas pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan tersebut di peroleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya yaitu kebutuhan dan dana yang dimiliki.<sup>20</sup>

Minat merupakan motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Setiap minat akan memuaskan suatu kebutuhan. Dalam melakukan fungsinya kehendak itu berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Pikiran mempunyai kecenderungan bergerak dalam sektor rasional analisis, sedang perasaan yang bersifat halus atau tajam lebih mendambakan kebutuhan. Sedangkan akal berfungsi sebagai pengingat fikiran dan perasaan itu dalam kondisi harmonis, agar kehendak bisa di atur dengan sebaik-baiknya.

---

<sup>20</sup> Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali press, 2011) hal. 141

## 2. Macam-Macam Minat

Menurut Shaleh dan Wahab, minat dapat dibagi menjadi tiga macam, antara lain:<sup>21</sup>

- a. Berdasarkan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi minat primitif dan minat kultural. Minat primitif adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan tubuh. Sedangkan minat kultural atau minat sosial adalah minat yang timbul karena proses belajar.
- b. Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi minat intrinsik dan ekstrinsik. Minat intrinsik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri. Minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut.
- c. Berdasarkan cara mengungkapkan, minat dapat dibedakan menjadi empat yaitu:
  - 1) *Expressed interest*; minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada subyek untuk menyatakan kegiatan yang disenangi maupun tidak, dari jawabannya dapat diketahui minatnya,
  - 2) *Manifest interest*; minat yang diungkapkan dengan melakukan pengamatan langsung,
  - 3) *Tested interest*; minat yang diungkapkan dengan cara menyimpulkan dari hasil jawaban tes objektif, dan

---

<sup>21</sup> Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Presprktif Islam*, (Prenada Media, Jakarta, 2004), h. 264.



4) *Inventoried interest*; minat yang diungkapkan dengan menggunakan alat-alat yang sudah distandardisasikan.

### 3. Indikator Minat

Indikator minat menurut Ferdinand, minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut:<sup>22</sup>

- a. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- b. Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- c. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
- d. Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

## B. Produk

### 1. Pengertian Produk

Menurut Kasmir produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu

---

<sup>22</sup> Ferdinand Augusty, *Metode Penelitian Manajemen*, (Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2002), h. 129.

yang ingin dimiliki konsumen.<sup>23</sup> Menurut Donald A. Ball dan Wendell H. McCulloch produk adalah setiap apa saja yang dapat ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan.<sup>24</sup>

Menurut Philip Kotler produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.<sup>25</sup>

Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen. Produk biasanya digunakan untuk dikonsumsi baik untuk kebutuhan rohani maupun jasmani. Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan akan produk, maka konsumen harus mengorbankan sesuatu sebagai balas jasanya, misalnya dengan cara pembelian.

## 2. Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong kualitas produk adalah Kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya.<sup>26</sup>

---

<sup>23</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT. Rajawali Pers, 2008), hal. 123

<sup>24</sup> Donald A. Ball dan Wendell H. McCulloch, *Bisnis Internasional* (Jakarta: PT Salemba Empan Patria, 2001), hal.59.

<sup>25</sup> *Ibid*, h. 123.

<sup>26</sup> Philip Kotler, dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2012), h. 283.

Produk merupakan pandangan pertama bagi konsumen dalam membeli karena dapat dipastikan bahwa konsumen akan menyukai suatu barang yang menarik dan bermanfaat. Konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja, dan pelengkap inovatif yang terbaik. Produk yang berkualitas adalah produk yang mampu memberikan hasil yang lebih dari yang diharapkan.

Dari beberapa teori diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dapat menentukan kepuasan pelanggan yang berhubungan dengan harapan dari pelanggan itu sendiri terhadap kualitas produk yang dirasakannya.

Agar produk yang dibuat laku di pasaran, maka penciptaan produk haruslah memerhatikan tingkat kualitas yang sesuai dengan keinginan nasabahnya. Produk yang berkualitas tinggi arinya memiliki nilai yang lebih baik dibandingkan dengan produk pesaing atau sering disebut produk plus. Bagi dunia perbankan produk plus harus selalu diciptakan setiap waktu sehingga dapat menarik minat calon nasabah yang baru atau dapat mempertahankan nasabah yang sudah ada sekarang ini.

Ada banyak keuntungan atau manfaat yang dapat dipetik dengan adanya produk plus, misalnya:<sup>27</sup>

- a. Untuk meningkatkan penjualan. Dalam hal ini produk yang memiliki nilai lebih akan menjadi pembicaraan dari mulut ke mulut antar

---

<sup>27</sup> *Ibid*, h. 124.

nasabah. Setiap kelebihan produk tersebut akan dibandingkan dengan produk pesaing, sehingga berpotensi untuk menarik nasabah lain atau akan memaksa nasabah lama untuk menambah konsumsi produk tersebut, misalnya untuk deposito nasabah menambah jumlah depositonya, atau keluarganya membuka tabungan baru di bank tersebut. Pada akhirnya akan meningkatkan penjualan.

- b. Menimbulkan rasa bangga bagi nasabahnya. Hal ini disebabkan produk yang dijual memiliki keunggulan dibandingkan produk pesaing, misalnya dalam hal fasilitas tabungan yang diberikan dengan multifungsi. Artinya, apa yang dapat diberikan bank kita belum dipenuhi pesaing.
- c. Menimbulkan kepercayaan. Dalam hal ini akan memberikan keyakinan kepada nasabah akan kesenangannya dari fasilitas yang diberikan sehingga nasabah semakin percaya kepada produk yang dibelinya.
- d. Menimbulkan kepuasan. Pada akhirnya nasabah akan mendapatkan kepuasan dari jasa yang dijual sehingga kecil kemungkinan untuk pindah ke produk lain, bahkan kemungkinan akan menambah konsumsinya.

### 3. Indikator Kualitas Produk

Untuk menentukan dimensi kualitas produk, dapat melalui delapan dimensi sebagai berikut:<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup> Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2001), h. 17.



- a. Performa (*Performance*), Berkaitan dengan aspek fungsional dari produk dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan ketika ingin membeli suatu produk. Dalam hal ini kinerja dari produk jasa adalah keberhasilan dari suatu produk jasa itu sendiri, dimana kinerja produk tersebut mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Biasanya ini menjadi pertimbangan pertama kita dalam membeli atau menggunakan suatu produk.
- b. Keistimewaan tambahan (*features*), merupakan aspek kedua dari performansi yang menambah fungsi dasar, berkaitan dengan pilihan-pilihan dan pengembangannya. Kalau manfaat pertama sudah standar, fitur sering kali ditambahkan. Idenya, fitur bisa meningkatkan kualitas produk kalau pesaing tidak memiliki fitur yang disediakan.
- c. Keandalan (*reliability*), berkaitan dengan kemungkinan suatu produk berfungsi secara berhasil dalam periode waktu tertentu dibawah kondisi tertentu. Dengan demikian, keandalan merupakan karakteristik yang merefleksikan kemungkinan tingkat keberhasilan dalam penggunaan suatu produk.
- d. Konformitas (*conformance*), berkaitan dengan tingkat kesesuaian produk terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan. Konformitas merefleksikan derajat dimana karakteristik desain produk dan karakteristik

operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan, serta sering didefinisikan sebagai konformitas terhadap kebutuhan (conformance to requirements). Ini semacam janji yang harus dipenuhi oleh produk. Produk yang memiliki kualitas dari dimensi ini berarti sesuai dengan standarnya

- e. Daya tahan (*durability*), merupakan ukuran masa pakai suatu produk. Karakteristik ini berkaitan dengan daya tahan suatu produk.
- f. Kemampuan pelayanan (*service ability*), merupakan karakteristik yang berkaitan dengan kecepatan/kesopanan, kompetensi, kemudahan, serta akurasi dalam perbaikan. Kemampuan pelayanan ini merupakan salah satu dimensi yang dapat meningkatkan kualitas produk. Misalnya bagaimana kemampuan pelayanan produk tersebut sehingga dapat menarik perhatian nasabah. Seperti kemudahan produk tersebut serta kecepatan dalam penggunaan produk tersebut.
- g. Estetika (*easthetics*), merupakan karakteristik mengenai keindahan yang bersifat subyektif sehingga berkaitan dengan pertimbangan pribadi dan refleksi dari preferensi atau pilihan individual. Estetika suatu produk dilihat dari bagaimana suatu produk terdengar oleh konsumen, bagaimana proses kinerja dari produk maupun sistem dari produk tersebut. Dengan demikian, estetika jelas merupakan penilaian dan refleksi yang dirasakan oleh konsumen.
- h. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), bersifat subyektif, berkaitan dengan perasaan pelanggan dalam

mengonsumsi produk, seperti meningkatkan harga diri. Hal ini dapat juga berupa karakteristik yang berkaitan dengan reputasi (brand name, image).

#### 4. Kualitas Produk dalam Perspektif Islam

Produk pada Al-Qur'an dinyatakan dalam dua istilah, yaitu Al-Tayyibat dan Al-Rizq. Al-Tayyibat merujuk pada suatu yang baik dan menyeluruh serta makanan yang terbaik. Al-Rizq merujuk pada makanan yang diberkahi Tuhan, pemberian yang menyenangkan dan ketetapan Tuhan.

Menurut Islam produk konsumen adalah berdaya guna, materi yang dapat dikonsumsi yang bermanfaat yang bernilai guna, yang menghasilkan perbaikan material, moral, spiritual bagi konsumen. Sesuatu yang tidak berdaya guna dan dilarang dalam Islam bukan merupakan produk dalam pengertian Islam. Barang dalam ekonomi konvensional adalah barang yang dapat dipertukarkan. Tetapi barang dalam Islam adalah barang yang dapat dipertukarkan dan berdayaguna secara moral. Firman Allah dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 168, yaitu :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya : *“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti*

*langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.”*

Ayat tersebut menjelaskan bahwa makna Surat Al-Baqarah ayat 168 adalah Allah SWT telah membolehkan (menghalalkan) seluruh manusia agar memakan apa saja yang ada dimuka bumi, yaitu makanan yang halal, baik, dan bermanfaat bagi dirinya sendiri.

#### **a. Karakteristik Kualitas Produk Dalam Perspektif Islam**

Produk-produk yang ditawarkan lembaga keuangan syariah haruslah mengandung unsur kemaslahatan dan maqasyid syariah bagi pembeli atau pengguna produk barang maupun produk jasa. Adapun macam-macam karakteristik produk menurut perspektif Islam, yaitu :<sup>29</sup>

##### **1) Terhindar Dari Unsur Riba (Bunga)**

Dalam hukum Islam, seorang muslim dilarang memperkaya diri dengan cara yang tidak dibenarkan. Artinya, jika lembaga keuangan itu berbasis syariah untuk memperoleh keuntungan dalam berbisnis, maka produk yang ditawarkan atau diperjual belikan tidak mengandung riba (bunga).<sup>30</sup>

Seperti dalam firman Allah, yang dijelaskan pada Al-Quran surat Ar-Rum ayat 39:

---

<sup>29</sup> Hasan Ali, *Asuransi Dalam Perspektif Ekonomi Islam, Suatu Tinjauan Analisis Historis, Teoritis, dan Praktis*, Edisi Pertama, (Jakarta: Kencana, 2004), h. 133.

وَمَا آتَيْتُمْ مِّن رِّبَا لِّيَرْبُوَا فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُوا عِندَ اللَّهِ  
وَمَا آتَيْتُمْ مِّن زَكَاةٍ تُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ فَأُولَٰئِكَ هُمُ  
الْمُضْعِفُونَ ﴿٢٦﴾

Artinya : “Dan sesuatu Riba (tambahan) yang kamu berikan agar Dia bertambah pada harta manusia, Maka Riba itu tidak menambah pada sisi Allah. dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah, Maka (yang berbuat demikian) Itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya).”

## 2) Terhindar Dari Unsur Gharar

Gharar dalam pengertian Bahasa adalah *al-khida'* (penipuan) yaitu suatu tindakan yang didalamnya tidak ada unsur kerelaan. Artinya, penampilan yang menimbulkan kerusakan (harta) atau sesuatu yang tampaknya menyenangkan tetapi hakikatnya menimbulkan kebencian. Dalam dunia perbankan misalnya adanya ketidakpastian produk dalam transaksi di lembaga keuangan syariah

Seperti dalam firman Allah yang dijelaskan dalam Al-Quran surat An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ  
إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ  
إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan



*yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu[287]; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”*

*[287] Larangan membunuh diri sendiri mencakup juga larangan membunuh orang lain, sebab membunuh orang lain berarti membunuh diri sendiri, karena umat merupakan suatu kesatuan.*

## C. Pelayanan

### 1. Pengertian Pelayanan

Menurut Kotler pelayanan adalah sesuatu yang tidak berwujud yang merupakan tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun.<sup>31</sup>

Menurut Valarie A. Zeithmal dan Maryo Bitner mendefinisikan pelayanan merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah. Sedangkan menurut Lovelock mendefinisikan pelayanan sebagai proses daripada produk, dimana suatu proses melibatkan input dan mentransformasikannya sebagai output.<sup>32</sup>

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa di dalam pelayanan selalu ada aspek interaksi antara pihak konsumen dan pihak produsen, meskipun pihak-pihak yang terlibat tidak selalu menyadari. Pelayanan

<sup>31</sup> Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality dan Satisfaction*, (Yogyakarta : Andi, 2005), h. 11.

<sup>32</sup> Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Asa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), h. 6.

bukan suatu barang, melainkan suatu proses atau aktivitas yang tidak berwujud. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki yang dapat memenuhi kebutuhan dan memiliki nilai kepuasan dari yang diharapkan.

## 2. Pengertian Kualitas Pelayanan

American Society for Quality Control menyatakan bahwa kualitas atau mutu merupakan keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuannya memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun tersirat. Sedangkan menurut Goeth dan Davis kualitas merupakan sebuah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.<sup>33</sup>

Kualitas merupakan suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau jasa telah mempunyai nilai guna seperti yang dikehendaki atau dengan kata lain suatu barang atau jasa dianggap telah memiliki kualitas apabila berfungsi atau mempunyai nilai guna seperti yang diinginkan.

Menurut Kotler, pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.<sup>34</sup>

---

<sup>33</sup> Danang Sunyoto, *Teori Kuesioner & Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, ( Yogyakarta : Graha Ilmu, 2013), h. 45.

<sup>34</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran, Edisi Kesembilan*, (Jakarta : PT Prenhalindo 2002), h. 7.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

### 3. Indikator Kualitas Pelayanan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Parasuraman ditemukan sepuluh dimensi kualitas pelayanan atau service quality, yaitu:

- a. *Reliability*, mencakup dua hal pokok, yaitu konsistensi kerja (*performance*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*). Hal ini berarti memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama. Selain itu juga berarti bahwa perusahaan yang bersangkutan memenuhi janjinya, misalnya menyampaikan jasanya sesuai dengan jadwal yang disepakati.
- b. *Responsibility*, yaitu kemauan dan kesiapan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan.
- c. *Competence*, setiap orang dalam suatu perusahaan memiliki keterampilan dan pengetahuan agar dapat memberikan jasa tertentu.
- d. *Access*, meliputi kemudahan untuk dihubungi dan ditemui. Hal ini berarti lokasi terlalu lama, saluran komunikasi perusahaan mudah dihubungi.
- e. *Courtesy*, meliputi sikap sopan santun, respek, perhatian dan keramahan yang dimiliki para contact personel (misal resepsionis, operator telepon).

- f. *Comunication*, memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa yang dapat mereka pahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan. Hal ini berarti lokasi fasilitas yang mudah dijangkau, waktu yang tidak terlalu lama, saluran komunikasi perusahaan mudah dihubungi.
- g. *Credibility*, sifat jujur dan dapat dipercaya, kredibilitas mencakup nama perusahaan, reputasi perusahaan, karakteristik pribadi dan interaksi dengan pelanggan.
- h. *Security*, aman dari bahaya, resiko datau keragu-raguan, aspek ini meliputi keamanan secara fisik, keamanan finansial dan kerahasiaan.
- i. *Understanding (knowing the costumer)*, untuk memahami kebutuhan pelanggan.
- j. *Tangibles*, yaitu bukti langsung dari jasa, bisa berupa fasilitas fisik, peralatan yang digunakan, reputasi fisik dari jasa.

Dari sepuluh dimensi kualitas tersebut dalam perkembangan selanjutnya Parasuraman merangkum menjadi 5 dimensi pokok, kelima dimensi tersebut adalah:<sup>35</sup>

- a. *Kehandalan (Reliability)*, yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yaitu ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurat yang tinggi.

---

<sup>35</sup> Danang Sunyoto, *Teori Kuesioner & Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, ( Yogyakarta : Graha Ilmu, 2013), h. 46.

- b. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap yang meliputi : Kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, dan penganganan keluhan pelanggan.
- c. Jaminan (*Assurance*), yaitu mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf yang meliputi : pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramah-tamahan, perhatian dan kesopanan dalam memberi pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.<sup>36</sup>
- d. Empati (*Empathy*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.<sup>37</sup> Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Yang meliputi, kemudahan untuk menghubungi perusahaan dan kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan baik ke nasabah.

---

<sup>36</sup> Husein Umar, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2000), h. 38.

<sup>37</sup> *Ibid*, h. 39.

- e. Bukti langsung (*Tangible*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

#### 4. Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha yang baik berupa barang maupun pelayanan/jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain.

Adiwarman Karmin menjelaskan bahwa baik buruknya perilaku bisnis pengusaha menentukan sukses dan gagalnya bisnis yang dijalankan.<sup>38</sup>

Firman Allah SWT dalam QS. Ali Imran 159, yaitu :

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ<sup>ط</sup> وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ<sup>ط</sup> فَاعْفُ عَنْهُمْ<sup>ط</sup> وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ<sup>ط</sup> وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ<sup>ط</sup> فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ<sup>ج</sup> إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya : “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah

<sup>38</sup> Adiwarman A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqh Dan Keuangan*, (Jakarta: IIIT Indonesia, 2003), h. 73.



*ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.”*

Berdasarkan ayat diatas, Allah telah memberikan karuniaNya agar kita berlaku lemah lembut dan bersikap sopan santun kepada mereka, mengasihi mereka, berakhlak baik pada mereka, hingga mereka berkumpul di sekelilingmu, mencintaimu, dan menaati perintahmu. “Sekiranya kamu bersikap keras, ” maksudnya, berakhlak buruk, ”lagi berhati keras, ”tentulah mereka menjauh dari diri dari sekelilingmu, karena sikap seperti ini membuat mereka lari dan benci kepada orang orang yang memiliki akhlak yang jelek. Ahklak yang baik merupakan pokok ajaran dalam agama yang akan menarik manusia kepada agama Allah dan membuat mereka senang kepadanya, disamping ada yang didapatkan oleh pelakunya berupa pujian dan pahala yang khusus.

#### **a. Karakteristik Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam**

Adapun macam-macam karakteristik pelayanan menurut perspektif Islam, yaitu :

##### **1) Profesional**

Profesionalisme merupakan sikap dari seorang profesional, dan profesional berarti melakukan sesuatu sebagai pekerjaan pokok, yang disebut profesi, artinya pekerjaan tersebut bukan pengisi waktu luang atau sebagai hobi belaka. Profesional dapat diartikan sebagai pandangan untuk selalu berfikir, berpandirian, bersikap dan bekerja sungguh-sungguh, kerja keras, bekerja sepenuh waktu,

disiplin, jujur, loyalitas tinggi dan penuh dedikasi demi keberhasilan pekerjaannya.

Seperti dalam firman Allah, yang dijelaskan pada Al-Quran surat An-Nahl ayat 97 :

مَنْ عَمِلَ صَالِحًا مِّنْ ذَكَرٍ أَوْ أُنْثَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهٗ حَيٰوةً طَيِّبَةً ۖ وَلَنَجْزِيَنَّهُمْ أَجْرَهُمْ بِأَحْسَنِ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ ﴿٩٧﴾

Artinya : “Barangsiapa yang mengerjakan amal saleh, baik laki-laki maupun perempuan dalam Keadaan beriman, Maka Sesungguhnya akan Kami berikan kepadanya kehidupan yang baik dan Sesungguhnya akan Kami beri Balasan kepada mereka dengan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan.”

## 2) Kesopanan dan Keramahan (Tabligh)

Tabligh artinya komunikatif dan argumentatif. Orang yang mempunyai sifat tabligh akan menyampaikan dengan benar dan tutur kata yang tepat. Kesopanan dan keramahan merupakan inti dalam memberikan pelayanan kepada orang lain.<sup>39</sup>

Seperti dalam firman Allah, dalam QS. Ali Imran ayat 159 berikut:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۚ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya: “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu

<sup>39</sup> Hermawan Kartajaya dan Msyakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan, 2006), h. 132.

*bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.”*

### 3) Jujur (Sidik)

Jujur yaitu tidak pernah berdusta dalam melakukan setiap transaksi. Jujur juga merupakan kesesuaian antara berita yang disampaikan dan fakta, antara lain fenomena yang diberitakan, serta bentuk dan substansi.<sup>40</sup>

Seperti dalam firman Allah, dalam surat Al-Ahzaab ayat 23-24 berikut :



Artinya : “Di antara orang-orang mukmin itu ada orang-orang yang menepati apa yang telah mereka janjikan kepada Allah; Maka di antara mereka ada yang gugur. dan di antara mereka ada (pula) yang menunggu- nunggu dan mereka tidak merobah (janjinya). Supaya Allah memberikan Balasan kepada orang-orang yang benar itu karena kebenarannya, dan menyiksa orang munafik jika dikehendaki-Nya, atau menerima taubat mereka. Sesungguhnya Allah adalah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.”

<sup>40</sup> Ibid., h. 98

#### 4) Amanah

Amanah berarti memiliki tanggung jawab dalam melaksanakan tugas dan kewajiban kepada Allah SWT. Oleh karena itu, sikap amanah mutlak harus dimiliki oleh seorang muslim. Sikap itu bisa dimiliki jika dia selalu menyadari bahwa apapun aktivitas yang dilakukan termasuk pada saat dia bekerja selalu diketahui oleh Allah SWT.

Seperti dalam firman Allah, dalam surat Al-Ahzaab ayat 72 berikut ini:

إِنَّا عَرَضْنَا الْأَمَانَةَ عَلَى السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَالْجِبَالِ فَأَبَيْنَ أَنْ  
تَحْمِلَهَا وَأَشْفَقْنَ مِنْهَا وَحَمَلَهَا الْإِنْسَانُ إِنَّهُ كَانَ ظَلُومًا جَهُولًا

Artinya : “Sesungguhnya Kami telah mengemukakan amanat kepada langit, bumi dan gunung-gunung, Maka semuanya enggan untuk memikul amanat itu dan mereka khawatir akan mengkhianatinya, dan dipikullah amanat itu oleh manusia. Sesungguhnya manusia itu Amat zalim dan Amat bodoh.”

### D. Religiusitas

#### 1. Pengertian Religiusitas

Dalam kamus besar bahasa Indonesia, religiusitas diartikan sebagai sebuah pengabdian terhadap agama.<sup>41</sup> Religiusitas berasal dari kata *region* (agama). Menurut Harun Nasution pengertian agama berasal

<sup>41</sup> Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, edisi keempat (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008), h. 1159.

dari kata *al-Din*, yang berarti undang-undang atau hukum, adapun kata agama terdiri a = tidak, gama = pergi mengandung arti tidak pergi, tetap ditempat atau diwarisi secara turun-temurun.<sup>42</sup> Kenyataannya, agama merupakan sistem ajaran yang dimaksudkan untuk mengikat tata perilaku manusia agar tetap dalam keadaan damai dan tentram serta agama tersebut dipegang oleh masyarakat dan diwariskan secara turun-temurun. Sedangkan *religius* menurut Islam adalah menjalankan ajaran agama secara menyeluruh. Allah swt.berfirman dalam QS.Al-Baqarah ayat 208.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَافَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu ke dalam Islam keseluruhan, dan janganlah kamu turut langkah-langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu musuh yang nyata bagimu.”

Berdasarkan ayat tersebut, bahwa manusia sebagai makhluk yang beragama hendaknya mengikuti aturan-aturan atau ajaran agamanya yaitu ajaran agama Islam secara menyeluruh agar tidak tersesat ke dalam langkah-langkah syaitan.

Beberapa pengertian tentang *region* (agama) yaitu menurut Nourcholis Majid agama merupakan keseluruhan tingkah laku manusia yang terpuji yang dilakukan demi memperoleh ridha atau perkenan

<sup>42</sup> Jalaluddin, *Psikologi Agama*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), h.12.

Allah.<sup>43</sup> Agama bukanlah sekedar tindakan-tindakan ritual seperti shalat dan membaca do'a, agama lebih dari itu, kemampuan seseorang untuk mengenali atau memahami nilai agama yang terletak pada nilai-nilai luhurnya serta menjadikan nilai-nilai dalam bersikap dan bertingkah laku merupakan ciri dari kematangan agama.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa religiusitas adalah kedalaman seseorang dalam meyakini suatu agama dengan disertai tingkat pengetahuan terhadap agamanya yang diwujudkan dalam pengamalan nilai-nilai agama yakni dengan mematuhi aturan dan menjalankan kewajiban dengan keikhlasan hati dalam kehidupan sehari-hari yang berkaitan dengan ibadah.

## 2. Indikator Religiusitas

Indikator dalam religiusitas menurut Glock dan Stark adalah sebagai berikut:<sup>44</sup>

- a. Keyakinan yaitu sejauh mana individu mengakui hal-hal yang bersifat dogmatic dalam agamanya, misalnya tentang kekuasaan Tuhan, malaikat, surga dan neraka. Dimensi keyakinan berisi dorongan dan pengharapan dari seseorang yang beragama dan berpegang teguh pada pandangan dan nilai teologis atau ketuhanan dari agama yang dianutnya sampai pada mengakui kebenaran dari

<sup>43</sup> Asmaun Sahlan, *Religiusitas Perguruan Tinggi: Potret Tradisi Keagamaan di Perguruan Tinggi Islam* (Malang: UIN Maliki Press, 2011), h. 42.

<sup>44</sup> R. Ery Wibowo dan Hardiwinoto, *Pemahaman Rasional Pembiayaan Syariah, Relegiusitas, Primordialismepengusaha dan Pengaruhnya terhadap Sikap Pengusaha dalam Memilih Pembiayaan di Bank Syariah*, *BENEFIT Jurnal Manajemen dan Bisnis* Volume 19, Nomor 1, Juni 2015, h. 47.



doktrin agama tersebut. Apabila dalam Islam keyakinan akan hal tersebut disebut aqidah.

- b. Peribadatan yaitu sejauh mana individu melaksanakan ritual dalam agamanya, misalnya: zakat, puasa, haji, dan sebagainya. Hal ini menyangkut cara melakukan aktifitas keagamaan sesuai dengan aturan yang ada sehingga aktifitas tersebut dapat menunjukkan komitmen seseorang terhadap agama yang dianutnya. Contohnya shalat 5 (lima) waktu, puasa, ibadah haji dan lainnya yang nampak sebagai sebuah kegiatan keagamaan.
- c. Penghayatan yaitu perasaan keagamaan yang dialami dan dirasakan misalnya perasaan bersalah takut berbuat dosa. Pengetahuan agama yaitu sejauh mana individu memahami agamanya misalnya pengetahuan tentang fiqh muamalah atau jual beli.
- d. Dimensi pengetahuan agama menyangkut pengetahuan minimal dan dasar yang harus dimiliki oleh seseorang tentang agamanya, misalnya dalam Islam seseorang paling tidak mengetahui tentang rukun iman, rukun islam, tata cara dan rukun shalat dan lainnya.
- e. Pengamalan yaitu sejauh mana implikasi agama mempengaruhi perilaku individu dalam kehidupan sosial, misalnya mendermakan harta, memilih produk yang halal dan sebagainya.

## E. Bank Syariah

### 1. Pengertian Bank Syariah

Istilah Syariah berasal dari bahasa Arab yang berarti „Jalan menuju sumber kehidupan, yang secara hukum Islam diartikan sebagai hukum atau peraturan yang ditentukan Allah swt untuk hamba-Nya sebagaimana yang terkandung di dalam al-Qur’an dan diterangkan oleh Rasulullah Muhammad saw dalam bentuk sunnah (hadis).<sup>45</sup>

Menurut Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Bank syariah secara umum adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah.<sup>46</sup>

Secara teknis yuridis, harus dibedakan antara istilah Perbankan Syariah dengan Bank Syariah. Bank Syariah adalah bagian dari Perbankan Syariah selain dari Unit Usaha Syariah (UUS), sedangkan Bank Syariah terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Dalam Undang-Undang Perbankan Indonesia (Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998) membedakan bank berdasarkan kegiatan usahanya menjadi dua, yaitu bank yang melaksanakan kegiatan

---

<sup>45</sup>Widya Ningsih, dkk, *Bank dan Asuransi Islam di Indonesia* (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2007), hal. 4

<sup>46</sup>M. Nur Rianto Ali Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: CV Alfabeta, 2011), hal. 296.

usaha secara konvensional dan bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah. Prinsip Syariah, adalah prinsip Hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang perbankan syariah.<sup>47</sup>

## 2. Kegiatan Usaha Bank Syariah

Bank syariah yang terdiri dari BUS, UUS, serta BPRS, pada dasarnya melakukan kegiatan usaha yang sama dengan bank Konvensional, yaitu melakukan penghimpunan dan penyaluran dana masyarakat di samping penyediaan jasa keuangan lainnya. Perbedaannya adalah seluruh kegiatan usaha bank syariah, UUS, dan BPRS didasarkan pada syariah. Implikasinya, disamping harus selalu sesuai dengan prinsip hukum Islam juga karena dalam prinsip syariah memiliki berbagai variasi akad yang akan menimbulkan variasi produk yang lebih banyak dibandingkan produk bank konvensional.

Adapun kegiatan usaha Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah adalah :<sup>48</sup>

### a. Penghimpunan Dana

Dalam penghimpunan dana BUS dan UUS melakukan mobilisasi dan investasi tabungan dengan cara yang adil. Mobilisasi dana sangat penting karena Islam mengutuk penumpukan dan penimbunan harta dan mendorong penggunaannya secara produktif dan dalam

<sup>47</sup> Pasal 1 Angka 12 Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah

<sup>48</sup> Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta : Kencana, 2009), h. 69.

rangka mencapai tujuan ekonomi dan sosial. Sumber dana bank syariah berasal dari modal disetor dan hasil mobilisasi kegiatan penghimpunan dana melalui rekening giro, rekening tabungan, rekening investasi umum, dan rekening investasi khusus. Di samping itu, bank syariah juga dapat menerbitkan obligasi syariah sebagai alternatif pembiayaan jangka panjang.

b. Penyaluran Dana

Dalam menyalurkan dana pada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi ke dalam 6 kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya, yaitu:

- 1) Pembiayaan berdasarkan pola jual beli dengan akan murabahah, salam atau istishna.
- 2) Pembiayaan bagi hasil berdasarkan akad mudharabah atau musyarakah
- 3) Pembiayaan berdasarkan akad qardh
- 4) Pembiayaan penyewaan barang bergerak atau tidak bergerak ke nasabah berdasarkan akad ijarah atau sewa beli dalam bentuk ujarah muntahiya bitamlik.
- 5) Pengambilalihan utang berdasarkan akad hawalah
- 6) Pembiayaan multijasa

c. Jasa Keuangan Perbankan

- 1) Letter of Credit (L/C) Impor Syariah
- 2) Bank Garansi Syariah

### 3) Penukaran Valuta Asing (Sharf)

### 3. Karakteristik Bank Syariah

Karakteristik fundamental bank syariah menurut Andri Soemitra dalam M. Nur Rianto Ali Arif yaitu:<sup>49</sup>

- a. Penghapusan riba.
- b. Pelayanan kepada kepentingan publik dan merealisasikan sasaran sosio-ekonomi Islam.
- c. Bank syariah bersifat universal yang merupakan gabungan dari bank komersial dan bank investasi.
- d. Bank syariah akan melakukan evaluasi yang lebih berhati-hati terhadap permohonan pembiayaan yang berorientasi kepada penyertaan modal karena bank komersial syariah menerapkan profit-lost sharing dalam konsinyasi, ventura, bisnis, atau industri.
- e. Bagi hasil cenderung mempererat hubungan antara bank syariah dan pengusaha.
- f. Kerangka yang dibangun dalam membantu bank mengatasi likuiditasnya dengan memanfaatkan instrumen pasar uang antar bank syariah dan instrumen bank sentral berbasis syariah.

## F. Pembiayaan

### 1. Pengertian pembiayaan

Secara bahasa pembiayaan berasal dari kata biaya, yaitu uang yang dikeluarkan untuk mengadakan atau mendirikan sesuatu.

---

<sup>49</sup> *Ibid*, h. 63.

Pembiayaan dapat juga diartikan sebagai pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga.

Pembiayaan adalah fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan *devisit* unit.<sup>50</sup> Penyaluran dana adalah transaksi penyediaan dana atau barang serta fasilitas lainnya kepada nasabah yang tidak bertentangan dengan syariah islam dan standar akuntansi perbankan syariah, serta tidak termasuk jenis penyaluran dana yang dilarang menurut ketentuan Bank Indonesia.<sup>51</sup>

## 2. Dasar Hukum Pembiayaan

Dalam Al-Qur'an, kata pembiayaan sendiri tidak secara eksplisit disebutkan, akan tetapi keberadaanya di ilhami oleh ayat-ayat Al-Qur'an dan contoh dari Rasullulah SAW serta tradisi para sahabat. Dasar hukum pembiayaan tersebut terdapat pada surat An-Nissa ayat 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ

رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya : *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang*

<sup>50</sup> Muhammad Syafi'ie Antonio, *Bank Syariah Dari Teori dan Praktik* (Jakarta : Gema Insani, 2001), h. 160

<sup>51</sup> Muhammad, *Model-Model Akad Pembiayaan di Bank Syariah Jogjakarta* : UII Press, 2009), h. 46



*kepadamu.”*

Maksud dari Ayat tersebut menunjukan bahwa larangan membunuh diri sendiri mencakup juga larangan membunuh orang lain, sebab membunuh orang lain berarti membunuh diri sendiri, karena umat merupakan suatu kesatuan.

### 3. Jenis-jenis Pembiayaan

Jenis-jenis pembiayaan yang ada di bank syariah adalah sebagai berikut:

#### a. Pembiayaan Modal Kerja Syariah

Pembiayaan modal kerja syariah adalah modal lancar yang dipergunakan untuk mendukung operasional perusahaan sehari-hari sehingga perusahaan dapat beroperasi secara normal dan lancar. Beberapa penggunaan modal kerja antara lain adalah pembayaran persekot pembelian bahan baku, pembayaran upah buruh dan lain-lain.

#### b. Pembiayaan Investasi Syariah

Pembiayaan investasi syariah adalah pembiayaan jangka menengah atau jangka panjang untuk pembelian barang-barang modal yang diperlukan untuk pendirian proyek baru, rehabilitasi, modernisasi, ekspansi dan relokasi proyek yang sudah ada.

#### c. Pembiayaan Konsumtif Syariah

Pembiayaan konsumtif syariah adalah pembiayaan yang diberikan untuk tujuan diluar usaha dan umumnya bersifat perorangan.

#### d. Pembiayaan Sindikasi

Pembiayaan sindikasi adalah pembiayaan yang diberikan oleh lebih dari satu lembaga keuangan bank untuk satu objek pembiayaan tertentu.

e. Pembiayaan Berdasarkan Take Over

Pembiayaan berdasarkan take over adalah membantu masyarakat untuk mengalihkan transaksi non syariah yang telah berjalan menjadi transaksi yang sesuai syariah.

f. Pembiayaan *Letter of Credit*

Pembiayaan *Letter of Credit* adalah pembiayaan yang diberikan dalam rangka memfasilitasi transaksi impor atau ekspor nasabah.<sup>52</sup>

#### 4. Pembiayaan Pegawai Negeri Sipil Pada BPRS Lampung Barat

Pembiayaan Pegawai Negeri Sipil (PNS) merupakan bentuk pembiayaan konsumtif dimana menggunakan murabahah sebagai akadnya. Murabahah sesuai untuk pembiayaan sebagian dari investasi oleh nasabah yang bergerak dalam bidang industri atau perdagangan. Murabahah memungkinkan nasabah/investor untuk membeli barang jadi, bahan baku, mesin-mesin, atau peralatan dari pasar lokal atau impor.<sup>53</sup>

Pegawai negeri sipil dalam hal ini adalah sebagai unsur aparatur negara atau abdi masyarakat, yang merupakan salah satu pelaksanaan dari kebijaksanaan pemerintah dalam rangka meningkatkan kehidupan bangsa dan negara menuju masyarakat adil dan makmur. Pengertian

---

<sup>52</sup> Adiwarman A Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, Edisi ke Lima (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2013), hal. 231

<sup>53</sup> Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2015), hal. 166.

tersebut telah diatur dalam Undang- undang No. 43 tahun 1999 tentang Perubahan Undang-undang No. 8 tahun 1974 tentang Pokok-pokok Kepegawaian dinyatakan bahwa: “Pegawai negeri adalah setiap warga negara Republik Indonesia yang telah memenuhi syarat yang ditentukan, diangkat oleh pejabat yang berwenang dan disertai tugas dalam suatu jabatan negeri atau disertai tugas negara lainnya, dan digaji berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.”<sup>54</sup>

Surat Keputusan (selanjutnya disebut SK) pengangkatan pegawai negeri yang juga dapat dijadikan jaminan dalam memperoleh kredit dari lembaga pembiayaan yang ada di Indonesia. Walaupun begitu tidak semua lembaga pembiayaan di Indonesia dapat menerima SK Pengangkatan PNS sebagai jaminan dalam memperoleh kredit. Hanya lembaga pembiayaan resmi atau milik pemerintah saja yang dapat menerima SK Pengangkatan PNS sebagai jaminan untuk memperoleh kredit. Salah satu lembaga pembiayaan resmi yang dapat menerima SK pengangkatan PNS sebagai jaminan kredit adalah pada bank umum milik pemerintah serta pada Bank Tabungan Negara, dan juga pada Bank Daerah.

Pada Bank Daerah yang mempunyai corak keberadaan yang berada di setiap kota/kabupaten di seluruh Indonesia sangat tepat dengan adanya keberadaan dari PNS yang mempunyai kewenangan penuh untuk menerima SK-nya dari PNS tersebut. Hal ini berarti pegawai negeri

---

<sup>54</sup> Undang-undang No. 43 tahun 1999 tentang Perubahan Undang-undang No. 8 tahun 1974 tentang *Pokok-pokok Kepegawaian*

sebagai salah satu unsur dalam masyarakat sangat penting dalam penyelenggaraan roda pemerintahan yang keberadaannya sesuai dengan keputusan dari pemerintah.

Perkembangan lembaga keuangan syariah khususnya pada bank syariah semakin pesat, dengan semakin banyaknya bank syariah yang terus bertambah. Demikian pula perkembangan lembaga keuangan yang ada di BPRS Kota Bandar Lampung salah satu lembaga keuangan syariah yang berdiri untuk memenuhi kebutuhan dana. Dengan letak lokasi yang berpusat ditengah kota dan juga dekat dengan bank lainnya.

Banyaknya produk-produk pembiayaan meliputi pembiayaan Murabahah, ijarah dan lain-lainya yang di keluarkan bank syariah khususnya bank yang menjadi tempat penelitian yaitu Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS Lampung Barat) salah satu produk yang ditawarkan adalah pembiayaan yang dikhususkan untuk PNS. Pembiayaan ini hadir guna untuk memenuhi kebutuhan dana para PNS dengan syarat SK sebagai agunan PNS dapat mengajukan pinjaman kepada BPRS Lampung Barat.<sup>55</sup>

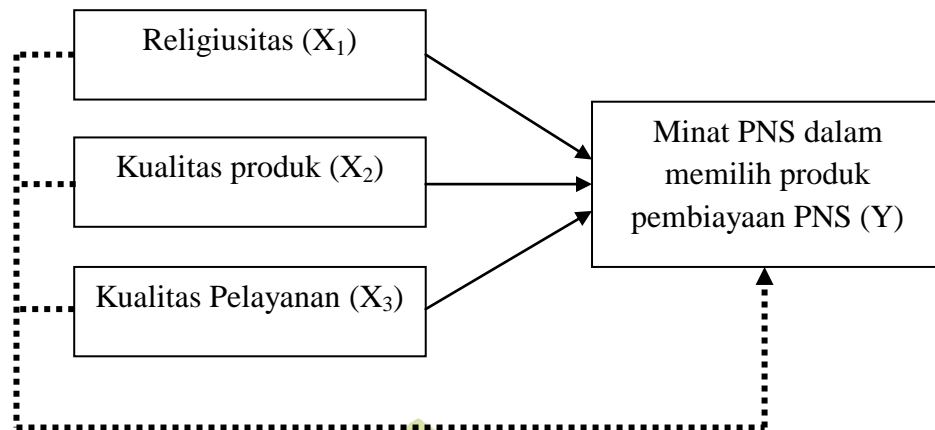
### **G. Kerangka Pemikiran**

Kerangka berfikir dalam suatu penelitian perlu dikemukakan apabila dalam penelitian tersebut berkenaan dua variabel atau lebih. Apabila penelitiannya hanya membahas sebuah variabel atau, maka yang dilakukan peneliti disamping mengemukakan deskripsi teoritis juga argumentasi

---

<sup>55</sup> Lia Anggraini, *Customer Service BPRS Lampung Barat*, Wawancara dengan Penulis tanggal 7 Mei 2019.

terhadap variasi besaran variabel yang diteliti.<sup>56</sup> Kerangka pikir dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut :



Keterangan :

Parsial : — Simultan : - - - - -

## H. Tinjauan Pustaka

Dalam jurnal penelitian tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat dan Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah oleh Bagja Sumantri, pada tahun 2014. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menjadi nasabah, pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah, pengaruh produk pembiayaan terhadap minat menjadi nasabah dan pengaruh produk pembiayaan terhadap keputusan menjadi nasabah. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif kausal. Penelitian ini menggunakan simple random sampling dan kuota sampling, sedangkan analisis data menggunakan analisis jalur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap minat menjadi nasabah. Kualitas pelayanan juga

<sup>56</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2017) hal 60.

berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah. Penelitian ini juga menemukan bahwa produk pembiayaan juga berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah. Produk pembiayaan juga berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah. Selain itu minat menjadi nasabah juga berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah.<sup>57</sup>

Dalam jurnal penelitian tentang Persepsi Masyarakat Untuk Memilih dan Tidak Memilih Bank Syariah (Studi Kota Palopo) oleh Junaidi, pada tahun 2015. Penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar faktor yang dapat mempengaruhi masyarakat di Kota Palopo untuk memilih bank syariah. Faktor-faktor tersebut antara lain religiusitas, pengetahuan, tingkat bagi hasil, fasilitas dan layanan dan lokasi bank syariah. Penelitian ini bertujuan menganalisis persepsi masyarakat dan nasabah terhadap bank syariah di Kota Palopo. Teknik pengumpulan data didapat melalui kuesioner. Hasil analisis deskripsi yang dilakukan, dapat diambil kesimpulan bahwa faktor penentu masyarakat muslim untuk memilih bank syariah adalah religiusitas dan pemahaman. Sedangkan pelayanan dan fasilitas tidak mempengaruhi keputusan masyarakat dalam arti bahwa aspek ini kurang mendukung responden untuk menjadi nasabah atau memilih bank syariah.<sup>58</sup>

Dalam jurnal penelitian tentang Pembiayaan Murabahah : Analisis Persepsi Nasabah oleh Mirawati, pada tahun 2017. Berdasarkan pembahasan

---

<sup>57</sup> Bagja Sumantri, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat dan Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah*, (Universitas Negeri Yogyakarta : 2014), Volume 10, Nomor 2, Oktober 2014, h. 115.

<sup>58</sup> Junaidi, *Persepsi Masyarakat Untuk Memilih dan Tidak Memilih Bank Syariah (Studi Kota Palopo)*, (STIE Muhammadiyah Palopo), Jurnal Fokus Bisnis, Volume 14, No 02, Desember 2015



dan hasil penelitian, faktor utama yang mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap pembiayaan murabahah di Bank Muamalat Indonesia cabang Pekanbaru, dapat disimpulkan bahwa faktor pribadi hanya ditunjukkan oleh pembiayaan murabahah berlandaskan moral dan saling percaya. Faktor lingkungan juga hanya ditunjukkan oleh aksesibilitas pembiayaan murabahah cepat dan mudah. Masyarakat banyak memilih faktor obyek dalam mempengaruhi persepsi mereka terhadap pembiayaan murabahah diantaranya adalah pembiayaan murabahah populer di masyarakat, karyawan sangat profesional dan dapat dipercaya, biaya administrasinya murah, sikap karyawan ramah, simpati, dan murah senyum, sosialisasi dan promosi pembiayaan murabahah telah mencapai seluruh lapisan masyarakat, promosi pembiayaan murabahah diketahui lewat hubungan personal dan kerabat, prospek perkembangan pembiayaan murabahah sangat baik.<sup>59</sup>

Dalam jurnal penelitian tentang Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan dan Perceived Value terhadap Kepuasan Religius untuk Meningkatkan Minat Menabung Ulang (Studi Pada BNI Syariah Semarang) oleh Hibba Al Kanzu dan Harry Soesanto, pada tahun 2016. Dalam penelitian ini menyatakan bahwa menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan dari variabel persepsi kualitas pelayanan terhadap Religious Satisfaction. kemudian menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan dari variabel perceived value terhadap Religious satisfaction. Adanya pengaruh positif dan signifikan dari variabel persepsi kualitas pelayanan terhadap minat menabung

---

<sup>59</sup> Mirawati, Pembiayaan Murabahah: Analisis Persepsi Nasabah, Fakultas Ekonomi UMSB, Menara Ekonomi: ISSN : 2407-8565 Volume III No. 5 - April 2017, hal. 140.

ulang nasabah. Selanjutnya adanya pengaruh positif dan signifikan dari variabel *perceived value* terhadap minat menabung ulang nasabah. Yang terakhir adanya pengaruh positif dan signifikan dari variabel *religious satisfaction* terhadap minat menabung ulang nasabah.

Dalam tesis *Persepsi Aparatur Sipil Negara terhadap Penggunaan Jasa Bank Syariah (Studi Pegawai di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan)* oleh Rasnawati, tahun 2017. Penelitian ini menyatakan bahwa dasarnya aparatur sipil negara memiliki persepsi terhadap jasa bank syariah dilihat dari pengetahuan dan sikap karena pelayanan yang diberikan bank syariah dan juga biaya administrasi yang ringan. Selain itu, pegawai mengetahui bahwa bank syariah bebas dari riba dan dalam bank syariah terdapat akad-akad yang dikenal dengan bagi hasil sehingga tidak merugikan dan memberatkan pihak yang melakukan akad. Adapun pegawai yang menggunakan bank syariah hanya karena dorongan teman, keluarga dan lingkungan tempat tinggal bukan karena faktor religius dan sebagainya. Tampaknya brand image bank syariah tidak menjadi alternatif dalam menarik psikologi terhadap sikap pegawai aparatur sipil negara, begitupun dengan kemajuan teknologi sekarang ini tidak digunakan bank syariah sebagai sarana promosi produk-produk bank syariah.<sup>60</sup>

Kajian penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilaksanakan memiliki banyak perbedaan hasil penelitian. Persamaan terletak pada kajian yang diteliti tentang persepsi terhadap minat memilih dan menggunakan jasa

---

<sup>60</sup> Rasnawati, *Persepsi Aparatur Sipil Negara terhadap Penggunaan Jasa Bank Syariah (Studi Pegawai di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan)*, (Makassar : Universitas Islam Negeri Alauddin, 2017), h. 94.

bank syariah, sedangkan dari segi perbedaannya terletak pada fokus penelitian dimana penulis dalam penelitian ini hanya meneliti pandangan PNS sebagai pengguna produk dengan segala fitur tambahan yang disediakan oleh BPRS Lampung Barat.

## **I. Hipotesis**

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap permasalahan penelitian sampai terbukti melalui data terkumpul. Sebuah hipotesis yang diajukan memiliki fungsi yang sangat penting dalam suatu penelitian, yakni memberikan arah yang jelas terhadap pelaksanaan penelitian, berdasarkan pendapat tersebut maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian, yang kebenarannya harus diuji terlebih dahulu, berfungsi sebagai pemberi arah yang jelas terhadap pelaksanaan penelitian.<sup>61</sup>

### **1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Nasabah**

Kualitas produk merupakan menentukan kepuasan pelanggan yang berhubungan dengan harapan dari pelanggan itu sendiri terhadap kualitas produk yang dirasakannya. Berdasarkan teori Kotler dan Armstrong menyebutkan bahwa kualitas produk mempunyai hubungan yang sangat erat dengan kepuasan pelanggan karena kualitas produk dapat dinilai dari kemampuan produk untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Bagja Sumantri pada tahun 2014 sebagai peneliti

---

<sup>61</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2017), h. 64

terdahulu membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di bank syariah

Berdasarkan teori di atas dan didukung oleh hasil penelitian Bagja Sumantri, maka hipotesis dalam penelitian ini yaitu :

H1 : Kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat PNS dalam mengambil produk pembiayaan PNS.

## **2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah**

Menurut Kotler pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, dimana pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Jika konsumen merasa kebutuhannya dapat terpenuhi atau mampu melebihi yang diperkirakan maka semakintinggi juga minat konsumen akan meningkat.

Penelitian yang dilakukan oleh Hibba Al Kanzu dan Harry Soesanto pada tahun 2016 sebagai peneliti terdahulu membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat menabung nasabah. Berdasarkan teori di atas dan didukung oleh hasil penelitian Hibba Al Kanzu dan Harry Soesanto, maka hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

H2 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat PNS dalam mengambil produk pembiayaan PNS.

### 3. Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Nasabah

Religiusitas adalah kedalaman seseorang dalam meyakini suatu agama dengan disertai tingkat pengetahuan terhadap agamanya yang diwujudkan dalam pengamalan nilai-nilai agama yakni dengan mematuhi aturan dan menjalankan kewajiban dengan keikhlasan hati dalam kehidupan sehari-hari yang berkaitan dengan ibadah. Menurut Taib Thahir Abdul Muin agama adalah suatu peraturan Tuhan yang mendorong jiwa seseorang yang mempunyai akal untuk kehendak dan pilihannya sendiri mengikuti peraturan tersebut, guna mencapai kebahagiaan hidupnya di dunia dan di akhirat.<sup>62</sup>

Menurut penelitian Hibba Al Kanzu dan Harry Soesanto, pada tahun 2016 menunjukkan adanya pengaruh yang positif terhadap minat nasabah dalam menabung. Berdasarkan teori di atas dan hasil penelitian Hibba Al Kanzu dan Harry Soesanto, maka hipotesis dalam penelitian ini yaitu :

H3 : Religiusitas berpengaruh positif terhadap minat PNS dalam mengambil produk pembiayaan PNS.

---

<sup>62</sup> Taib Thahir Abd. Muin, *Ilmu Kalam*, (Jakarta: Widyajaya, 1996), Cet. VIII, h. 121.

## DAFTAR PUSTAKA

### Website :

<https://ojk.go.id>

### Jurnal :

Husaeni, Uus Ahmad. Determinan Pembiayaan Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 7, 1, (2017)

Junaidi, Persepsi Masyarakat Untuk Memilih dan Tidak Memilih Bank Syariah (Studi Kota Palopo), (STIE Muhammadiyah Palopo), *Jurnal Fokus Bisnis*, Volume 14, No 02, Desember 2015

Mirawati, Pembiayaan Murabahah: Analisis Persepsi Nasabah, Fakultas Ekonomi UMSB, *Menara Ekonomi*: ISSN : 2407-8565 Volume III No. 5 - April 2017.

Rasnawati, Persepsi Aparatur Sipil Negara terhadap Penggunaan Jasa Bank Syariah (Studi Pegawai di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan), (Makassar : Universitas Islam Negeri Alauddin, 2017)

Sumantri, Bagja Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat dan Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah, (Universitas Negeri Yogyakarta : 2014), Volume 10, Nomor 2, Oktober 2014..

Wibowo, R. Ery SE,M.Si,Akt dan Dr. Hardiwinoto, SE, M.Si, Pemahaman Rasional Pembiayaan Syariah, Relegiusitas, Primordialismepengusaha dan Pengaruhnya terhadap Sikap Pengusaha dalam Memilih Pembiayaan di Bank Syariah, *BENEFIT Jurnal Manajemen dan Bisnis* Volume 19, Nomor 1, Juni 2015.

### Buku :

Amirudin dan Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: PT Raja Grafino Persada, 2003.

Antonio, Muhammad Syafi'ie. *Bank Syariah Dari Teori dan Praktik*. Jakarta : Gema Insani. 2001.



- Arif, M. Nur Rianto Ali. Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah. Bandung: CV Alfabeta, 2011.
- Arikunto, Suharsimi, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: Rineka Cipta Depdiknas, 2013.
- Ascarya, Akad dan Produk Bank syariah. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2015.
- Assauri, Sofyan. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali press, 2011.
- Augusty, Ferdinand. "Metode Penelitian Manajemen". Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2002.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Pustaka Grafika. 2003.
- Drs. Muhammad, M. Ag.. Manajemen Bank Syariah. Yogyakarta : (UPPP) AMPYKPN, 2005.
- Iskandar. Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif). Jakarta : Gaung Persada Press, 2008.
- Jalaluddin. Psikologi Agama. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010.
- Karim, Adiwarman A. Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan, Edisi ke Lima. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2013.
- Kasmadi, SST., M. Pd. Dan Nia Siti Sunariah, M. Pd., Panduan Modern Penelitian Kuantitatif. Bandung : Alfabeta, 2013.
- Kasmir, S.E., M.M., Pemasaran Bank. Jakarta : Kencana, 2010.
- Kotler, Philip. Manajemen Pemasaran, Edisi Kesembilan. Jakarta : PT Prenhalindo. 2002.
- Muhammad. Model-Model Akad Pembiayaan di Bank Syariah Jogjakarta : UII Press, 2009.
- Nasution. Manajemen Mutu Terpadu. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2001.
- Ningsih, Widya dkk, Bank dan Asuransi Islam di Indonesia. Jakarta: Kencana Prenada Media, 2007.
- Pasal 1 Angka 12 Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah

- Prakoso, Djoko. Tindak Pidana Pegawai Negeri Sipil di Indonesia. Jakarta: Sinar Grafika.
- Prof. Dr. A. Muri Yusuf, M. Pd., Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan penelitian gabungan. Jakarta : Kencana, 2017.
- Prof. Dr. Sugiono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D,( Bandung : Alfabeta, 2017.
- Pusat Bahasa, Kamus Besar Bahasa Indonesia, edisi keempat. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008.
- Rivai, Veithzal. Commercial Bank Management Manajemen Perbankan dari Teori Ke Praktik. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada, 2013.
- Sahlan, Asmaun. Religiusitas Perguruan Tinggi: Potret Tradisi Keagamaan di Perguruan Tinggi Islam. Malang: UIN Maliki Press, 2011.
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. “Perilaku Konsumen”, Edisi ketujuh. PT Indeks, Jakarta, 2008.
- Shaleh, Abdul Rahman dan Muhibb Abdul Wahab. “Psikologi Suatu Pengantar Dalam Presprktif Islam”. Prenada Media, Jakarta, 2004.
- Sjahdeini, Sultan Remy. Perbankan Islam dan Kedudukannya dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia. Jakarta : PT Pustaka Utama Grafiti, 2005..
- Sudjana, Metode Statistik. Bandung : PT Tarsito
- Sujarweni, V. Wiratna. Metode Penelitan Bisnis dan Ekonomi. Yogyakarta: Pustaka Baru Pers, 2015.
- Tjiptono, Fandy. Pemasaran jasa. Yogyakarta : Bayumedia Publishing, 2011.
- Undang-undang No. 43 tahun 1999 tentang Perubahan Undang-undang No. 8 tahun 1974 tentang Pokok-pokok Kepegawaian
- UU Nomor 8 Tahun 1974 Tentang Pokok-pokok Kepegawaian